

蒙牛酸酸乳“超级女声”对中国营销的公关启示 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E8_92_99_E7_89_9B_E9_85_B8_E9_c123_288537.htm

2005年2月24日，湖南卫视与国内乳业巨头蒙牛乳业集团在长沙联合宣布共同打造“2005快乐中国蒙牛酸酸乳超级女声”年度赛事活动，随后，“超级女声”迅速席卷全国，蒙牛酸酸乳的销售也一路飘红。整个营销传播事件堪称近年来商业运营和媒体炒作结合最完美的一次。中国营销人再次感受公关的力量。中国市场上传统上的公关策略，往往局限于单个事件的短暂炒作甚至是简短的宣传，“蒙牛酸酸乳超级女声”显然是一次完整的以公关为源点的整合传播，带给我们的启示是：有意栽花花灿烂无心插柳柳色淡。公关活动不仅仅是借机“沾光一把”的投机行为，更要有系统规划、认真操作、全心投入才能真正出彩！

- 1、从单纯借力到合力造势 过去很多企业找代言人或冠名赞助某个活动，总想着单纯的借哪个人或活动自身的影响力去推广自己的产品，总等着那个人、活动自身去发展、提升影响力，总算计着她或它或他带给我什么，而不是“你带我、我推你、大家好”的心态。蒙牛在“超女”相关的推广上，除冠名本身的1400万外，还花了近8000万在带有超女形象的产品包装、卖场活动以及各种形式路演、户外平面电视广告。以至于有人说是蒙牛提升了超女。但蒙牛的看法更客观：我们共同造就了神话。
- 2、从99 到100 ，从100 到持续沸腾 有时候，企业在签订赞助或代言人合同时，总会以成本的理由签个不完全合同（比如允许用平面形象不许用影视形象，允许活动现场出现不许产品包装上出现的等），

使企业在利用代言人或活动作自身产品或品牌推广时于时间、空间各方面受限。结果是烧个99度的水。这一点，一些企业还未必发现的了。但蒙牛这一次显然是不把水烧到100度不罢休。超女形象、超女栏目、超女爱好者……它几乎都用足了，这还不算，蒙牛还连续不断的“添柴加油”，让开水沸腾不止。

3、从单纯等待传播到主动“添柴加油”单以新闻传播为例，一些企业认为超女如此高关注的事件，媒体会自己找着做宣传的，没必要操太多心，但他们忘了，娱记服务的是大众，它提供的是大众需要的信息，所以，他未必在稿件中提你蒙牛，所以蒙牛人自己不忘二次传播，即自己寻找北京普纳公关公司代理超女与蒙牛品牌相结合的新闻传播，效果极佳，有百万投入捍卫千万投入效果的作用。公关传播属于互帮互助型合作，因此不能斤斤计较谁带高了谁，应该像夫妻一样，既然选择了对方，就荣辱与共，共同努力，才会更快的成就更幸福的生活。

4、从单项合作到品牌联合运营 蒙牛善于搞公关是公认的。从当年“神五”事件就可以看出。但那也只是独立事件的公关，而这次却有不同。超女实际也是一个独立的品牌，蒙牛与它的合作更多是两个品牌的联合，而关于品牌联合的操作自然要比项目合作更系统，更全面，操作难度更大，考虑更长远。

5、将公关力转换为销售力 无论做任何事情，企业的最终目标是盈利，因此，公关事件行销必然是为销售服务，为利润服务的。这就要求及时地将公关投入最大化转化为销售力。这个转化，蒙牛显然做的淋漓尽致，终端展示、包装设计、互动参与等，超级女声除了全面强化了酸酸乳的个性特征，更是成为了最大的促销员。2005年9月，太阳能行业首次评出了7家中国名牌，大

家都有意无意的进行了一些零散的广告宣传，但是，“太阳雨”却联合北京普纳营销传播机构进行了系统策划，一方面，在重点市场进行了全面的新闻报道传播，另一方面，及时将这些报道剪辑成册，第一时间下发终端，成为强大的促销工具。无法完美的遗憾当然，蒙牛只考虑一年的合作，那么2005年的投入产出就显低了。但是长期做却又不得不考虑“超女”是否一个健康的可以持久的品牌。有人说“超女”是个“易碎品”，这对于蒙牛就有些风险了。但是对于取得“超女”冠名权的企业而言，风险也很大。因为一个企业做长线品牌都要考虑5年以后的事。“超级女声”作为单独品牌是不属于蒙牛的。与其说“超级女声”成就了蒙牛，倒不如说蒙牛的赞助成就了“超级女声”。也就是说，明年“超级女声”的冠名权被另一家企业获得之后，蒙牛无法保证这一次活动资产的有效继承。如果只是一个单独的活动，而不能纳入到蒙牛的品牌传播整体策略当中，则意味着下一次传播将要从零开始。这一点也值得争取下一次“超女”冠名权企业的注意。重视公关，活用公关作为最重要的营销传播方式之一的公关，在中国市场显然受到“冷落”，而从早年的健力宝赞助中国奥运会团的美国之行到近年来的蒙牛赞助神五、冠名超女事件，纵观成功的品牌，无不搭乘公关快车走上迅速发展之路。而众多国际大牌如可口可乐、耐克、百事可乐、欧米加等，则更是通过持续不断的赞助、新闻传播等为品牌注入持续动力！国内企业在公关方面意识的薄弱，主要是未能真正了解公关的操作和意义。公关的优势主要在于充分借助社会热点让营销传播起到以一当十的效果。当然，前提是事件“源点”选准。而根据笔者多年的公关操作经验，

只要选准了“源点”，公关传播的投入是怎么投怎么划算。只要真正了解到公关奥妙的企业主，无不非常重视公关。如果你是企业管理者，不妨多了解一下公关，你一定会发现一个新大陆！100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com